



Доклад на Божидар Данев пред международната конференция "Европейският социален модел и предизвикателствата пред България" - 02.10.2006

Международна конференция

**ЕВРОПЕЙСКИЯТ СОЦИАЛЕН МОДЕЛ
И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА ПРЕД БЪЛГАРИЯ**

Божидар ДАНЕВ

**Заместник-председател на ИСС, Група работодатели
Председател на Българската стопанска камара**

**„КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ –
ПРИНЦИП ИЛИ СТАНДАРТ”**

доклад

Корпоративната социална отговорност (КСО) е нова концепция за бизнес поведение и бизнес отношения. Със значителното си удареие върху етиката тази концепция приема и обхваща идеята за бъдещите поколения и гарантиране на устойчиво развитие.

КСО означава бизнесът **доброволно** да включи грижата за социалните и екологичните въпроси в своите индустриални и търговски дейности. В началото на ХХІ век чрез анализите на дейността на фирмите се измерват корпоративните резултати по отношение на три групи критерии: **икономически, социални и екологични.** По този начин **бизнесът е поставен стабилно в контекста на обществото по отношение на постоянните си взаимодействия със социалните групи и техните различни очаквания.**

1. Водещи принципи

В резултат от непрекъснатия и продължителен процес на историческо развитие на бизнес средата, държавите и фирмите е сформирана сложна и добре балансирана система, регламентираща взаимоотношенията между предприемачите, държавата и обществото в областта на социално-икономическото развитие на страните и отделните територии. В различните срани участието на бизнеса при решаването на социални проблеми се регулира или в границите на съществуващото търговско, данъчно, трудово и екологично законодателство или се осъществяват самостоятелно под въздействието на специално установени стимули. От разнообразното множество форми на влияние, проявявани от обкръжаващата бизнеса среда (заинтересованите страни), могат да се формулират десет принципа.

1.1. Защита на общоприети ценности

Ако създаването на добавена стойност е от съществено значение за фирмите, осъществяващи своята дейност на свободния пазар, и се проявява в икономическите и финансови резултати, то терминът „уважение към ценностите” е прието да се свързва с бизнес етиката. Бизнес етиката се възприема като поведение, съответстващо на стойностни принципи, които са общоприети и споделени.

Според „Хартата на фундаменталните права на Европейския Съюз” (Charter of

Fundamental Rights of the European Union, 26 February 2001.) Съюзът е учреден при спазване на неделимите и универсални ценности за човешко достойнство, свобода, равенство и солидарност. Той се основава на принципите на демокрацията, водещата роля и първенството на закона, и се стреми да допринесе за справедливото и устойчиво развитие.

1.2. Глобална отговорност

Иновативният аспект на Корпоративното управление въвежда концепцията за глобалната отговорност не само от гледна точка на последствията от упражняването на индустриална дейност, но и по отношение на поемането на отговорност спрямо рисковете, независимо от тяхната природа, на които бизнесът излага своите акционери, собственици и заинтересовани страни.

1.3. Непрекъснато усъвършенстване

Ангажиментът за непрекъснато усъвършенстване на дейността и технологиите се изразява чрез лозунга „да се произвежда по-добре и с по-малък разход на ресурси”, което е диаметрално противоположно на по-разпространените практики „да се произвежда повече и по-евтино”. Прилаганият в икономиката стандартен анализ на „разходите и ползите” трябва да се продължи чрез включването и на оценка на екологичната ефективност.

Така например стремежът за непрекъснато усъвършенстване, заложен в стандарта ISO 14001, е включен и в ISO 9001/2000. Този стандарт най-стриктно отговаря на основните идеи за устойчивото развитие.

1.4. Замърсителят плаща

Съгласно този принцип замърсителят трябва да прилага мерки за защита на околната среда и да поема съответните разходи, свързани с тази дейности. Мерките трябва да подпомагат намаляването на замърсяванията при източника и да предотвратяват проявяването на общи замърсяващи агенти и на други източници на замърсяване.

1.5. Принцип на разумността
Бизнесът трябва да взема предвид и да се грижи за всички последици и влияния от своите действия.

1.6. Отговорност за персонала
По силата на договора между работниците, служителите и работодателя, той има задължението да се грижи за служителите си и да им осигурява здравословни и безопасни условия на труд, като не ги излага на риск и ги предпазва от опасности, свързани с работата.

1.7. Принцип на ангажираност и прозрачност

Прозрачността и оповестяването на поетите задължения от висшето ръководство е основна предпоставка за приемане и прилагане на принципите за устойчиво развитие. Този принцип на доброволно поемане на задълженията е компонент от повечето ISO стандарти за въвеждане на системи за управление на качеството и на околната среда.

1.8. Принцип на делегирането

Най-точно принципът се илюстрира чрез фразата „Мисли глобално, действай локално”. Колкото е по-децентрализиран процесът на вземане на решения, толкова по-ефективна е системата за управление.

1.9. Принцип за информиране, консултиране и съгласие

Според така наречената “Vilvorde” директива на Европейския съюз е въведено

изискването във фирми с персонал над 50 души да се извършват консултации със служителите по основни въпроси, които ги касаят: икономическото състояние на фирмата, промени в дейността, структура на работните места и организацията на работата.

В България директивата е въведена с последните поправки (изменения и допълнения) на Кодекса на труда от юни 2006 г. („Държавен вестник” бр. 48 от 13.06.2006 г., в сила от 1.07.2006 г.)

1.10. Принцип за доброто корпоративно управление

Корпоративното управление и концепцията за фирмата като корпоративен гражданин покриват взаимоотношенията между управлението на фирмата, управителния съвет, акционерите и другите заинтересовани лица. Той също така представя рамката, в която корпоративните цели са поставени и пътищата за постигането им, както и определяне на начините и методите за оценяването и мониторинга.

Доброто социално управление е хармоничен баланс между икономическите резултати и създаването на добавена стойност като част от процеса на непрекъснато усъвършенстване: в защита на околната среда, намаляване на замърсяването, рационалното използване на ресурсите, поощряването на развитието, насърчаването на социалното израстване на служителите, намаляването на бедността.

2. Бизнес етика и дефиниране на Корпоративната социална отговорност

2.1. Етика и правно регулиране

Етиката е набор от социални правила и норми, които са общоприети въз основата на съглашения и конвенции и поради това устойчиви според разумния избор на различните агенти.

Взаимодействието между етиката и правните правила е комплексно. Първо, в историческа перспектива **етиката предхожда закона**. Второ, **етиката действа едновременно със закона**, особено от гледна точка на спонтанното приемане на авторитета на закона и легитимния конституционен ред. И накрая, **етиката надхвърля границите на закона**. Невъзможността за извършване на законово регулиране на редица въпроси чрез детайлни правила, изисква използването на **генерални принципи** или стандарти, които са договорени между засегнатите страни или по ред, създаден от посреднически групи в обществото. Тези принципи не е задължително да бъдат наложени чрез правна санкция. За тях се използват други насърчителни механизми от типа на социално одобрение, икономическо предимство, заплахата от изключване или социален бойкот (остракизъм) и т.н. Икономиката е сфера, в която пълното контролиране на отношенията се постига чрез използването на различни форми на социално регулиране, самоограничаващи социални норми, кодекси за поведение, стандарти, които се споделят от определени групи или вътре в отделни социални групи и т.н.

2.2. Роля на бизнес етиката

Основната роля на бизнес етиката е предоставянето на безпристрастно потвърждение и одобрение на икономическите институционални съглашения и правила. Втората се отнася до обществените правила за саморегулиране, които са в сила чрез доброволно съответствие и спазване на ефективни социални правила, които не са законово наложени. Тази функция разчита на редица индивидуални стимули и мотивиращи сили за повишаване на репутацията на икономическите агенти.

(За целите на идентифицирането на основните роли на бизнес етиката е използвана следната дефиниция на етиката: позитивна наука, която описва нормите и социалните правила, споделяни под формата на социални конвенции, които допълнително получават морално значение, защото са универсализирани)

2.3. Дефиниции на Корпоративната социална отговорност

Взаимовръзката между бизнес етиката и корпоративната социална отговорност се проявява в множеството дефиниции, които се предлагат за определяне на същността и обхвата на КСО.

„Световният съвет на бизнеса за устойчиво развитие” (WORLD BUSINESS COUNCIL ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD), <http://www.wbcsd.ch/>) определя корпоративната социална отговорност като задължение на бизнеса да допринася за устойчивото икономическо развитие, трудовите отношения с работниците, техните семейства, местната общност и обществото като цяло за подобряване качеството на живот.

Според „Международния форум на бизнес-лидерите” (THE PRINCE OF WALES INTERNATIONAL BUSINESS LEADERS FORUM (IBLF), <http://www.iblf.org/>) корпоративната социална отговорност се разбира като популяризиране на практиките на отговорния бизнес, които носят полза на бизнеса и обществото и подпомагат социалното, икономическо и екологично устойчиво развитие чрез максимизиране на положителното влияние на бизнеса върху обществото и минимизиране на негативното.

В Зелената книга (Green Paper “Promoting a European framework for corporate social responsibility”, European Commission, 2001, ISBN 92-894-1478-2) на Европейската комисия корпоративната социална отговорност има следната дефиниция: „Декларирайки своята социална отговорност и доброволно поемайки задължения, които надхвърлят общите законови и обичайни изисквания, които трябва да се спазват при всички случаи, фирмите се стараят да повишат стандартите за социално развитие, защита на околната среда и уважение на основните права и приемат да прилагат отворено управление, да съгласуват интересите на всички заинтересовани страни в общ подход за качество и устойчивост”.

Корпоративната социална отговорност във всички дефиниции се приема като форма на корпоративно стратегическо управление, което поставя стандартите за ръководство на по-високо, от правната принуда ниво, и представят КСО като система за управление на взаимоотношенията между фирмата и обкръжаващата я среда (заинтересованите лица).

2.4. Нива на корпоративната социална отговорност

Социалната отговорност на бизнеса е многопластова. На първо ниво спазването на принципите на корпоративната социална отговорност предполага спазването на следните задължения: навременно плащане на данъците, работните заплати, разкриване на нови работни места. На второ ниво КСО предполага осигуряването на адекватни условия за работа и живот на работниците чрез повишаване на квалификацията им, профилактично лечение, строителство на жилища, развитие на социалната сфера. Висшето, трето, ниво на отговорността е извършването на благотворителни дейности, в т.ч. подобряване на местната инфраструктура.

Примерни области на приложение на **вътрешната социална отговорност** на бизнеса са безопасните условия на труд, сигурност на разплащанията, поддържането на адекватно заплащане на труда, допълнително медицинско и социално осигуряване на сътрудниците, развитие на човешките ресурси чрез обучаващи програми и програми за подготовка и повишаване на квалификацията, подпомагане на работниците в критични ситуации. Към **външната социална отговорност** се отнасят спонсорството и корпоративната благотворителност, съдействие по охрана на околната среда, взаимодействие с местните общества и местната власт, готовност за участие в критични ситуации, отговорност пред потребителите на стоки и услуги чрез предоставяне на качествени стоки.

3. Ползи за бизнеса. Саморегулиране на Корпоративната социална отговорност

3.1. Мотивация за социалната отговорност на бизнеса

Глобализацията принуждава фирмите да разглеждат корпоративната социална отговорност като крайъгълен камък на успеха в дългосрочен план и като източник на конкурентни предимства – в краткосрочен. През 2002 г. Глобалната инициатива за корпоративно гражданство, учредена от Световния икономически форум, направи проучване сред висшите мениджъри на компаниите за значението на КСО при планирането на бизнеса. На ръководителите на компаниите е предложено да съставят списък от приоритетни фактори за вземане на решения, свързани със социалната отговорност на бизнеса. 80% от компаниите поставят на едно от първите три места фактора за **формиране на положителна репутация** на компанията. Други фактори, оказващи съществено влияние върху планирането, са работата с персонала (59%), лицензионната дейност (49%), позиционирането на стоката на пазара (48%), оценката на риска (28%), производителността на труда (17%), достъпът до допълнителни финансови ресурси (12%) и иновационната дейност (10%). Резултатите от проучването показват, че мястото на фирмите на пазара и КСО са взаимосвързани. Някои от основните ползи за бизнеса от прилагането на КСО, илюстрирани със съответните примери от практиката, са:

** Развитието и мотивирането на собствения персонал позволява да се избягва текучеството на кадрите и да се привличат най-добрите специалисти;*

Например ако възгледите на сътрудниците не противоречат на отношението на компанията по проблемите на устойчивото развитие, то това намалява разходите, свързани с наем на сътрудници поне с 1%. Запазването на талантливите сътрудници в компанията. Служителите, които не са равнодушни към екологичните и социалните последици от дейността на компанията, са заинтересовани да продължат да работят в нея и по-нататък. Това позволява да се спестят поне 2% от разходите, свързани с текучеството на висококвалифицирани кадри.

** Увеличаване производителността на труда в компанията;*

Мотивираността и гордостта на сътрудниците от това, че на своето работно място допринасят за обществено ползвателна дейност на компанията, повишават производителността на труда с около 10%.

** Подобряване на имиджа на компанията, повишаване на репутацията;*

** Реклама на стоки или услуги;*

Допълнителен приход за сметка на привличането на потребители, предпочитащи екологично чисти стоки, увеличаване на пазарния дял и излизането на нови пазари е средно около 5%.

** Оповестяване на дейността на компанията в средствата за масова информация;*

** Стабилно и устойчиво развитие на фирмата в дългосрочна перспектива;*

Намаляване на производствените разходи за сметка на екологичната ефективност, намаляване на материалоемкостта и обема на отпадъците и тяхната вторична употреба. Средно 5%.

Намаляване на разходите за поддръжка на производствените помещения за сметка на екологично ефективно използване на енергията и водата, по-внимателно отношение на персонала към разхода на материали, водят до намаляване с около 20% на тези разходи.

По-малки такси за обслужване и преференциални лихвени проценти по кредитите,

поради повишената надеждност на компанията, позволяват допълнително да се икономисат още 5%.

* Възможностите за привличане на инвестиционен капитал за социално-отговорните компании са по-високи, отколкото за други компании;

* Запазване на социалната стабилност в обществото като цяло.

3.2. КСО и стойността на бизнеса

Корпоративната социална отговорност като бизнес-практика, основана на икономическа, екологична и социална отговорност, водеща до повишаване на качеството на живот е част от капитала на компанията, която тя по презумпция трябва да запази и увеличи. Икономическата отговорност предполага запазване и увеличаване на финансовия, структурния и производствения капитал. Екологичната – рационалното използване на ресурсите и защита на околната среда. Социалната отговорност означава увеличаване на хуманитарния, интелектуален и професионално-технически потенциал на компанията, създаване на благоприятен социален климат.

Чрез провеждането на политика на социално-отговорен бизнес фирмите увеличават своята стойност и стойността на своите акции. За проследяване на динамиката на пазара с акциите на социално отговорните компании са създадени няколко специализирани фондови индекси - DSI 400 (Domini Social Index), FTSE4Good, Dow Jones Sustainability. Фирмите, които участват при формирането на тези индекси имат по-висока пазарна стойност на акциите в сравнение с аналогични компании, които не са включени в механизма за изчисляване на индексите.

Страна	Стандарт	Организация
Великобритания	Отговорност 1000 (Accountability 1000)	
Германия	Система за оценка на ценностите на управлението (A Value Management System)	Университета в Констанц
Испания	КСО на основата на стандартите за оценка на качеството	AENOR
Франция	КСО на основата на стандартите за оценка на качеството	AFNOR
Международен	SA 8000 - сертифициране на съответствието на ниво оборудване	Сертифицирани организации

3.3. Стандартизиращи организации и стандарти

Чрез Зелената книга (2001) за КСО на Европейската Комисия (http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/index.htm) и впоследствие подготвените и публикувани документи и доклади се очертават стратегията, дефинират се концепциите, поставят се целите за постигане и разработване на КСО рамката на ниво Европейския съюз.

4. Корпоративната социална отговорност в България

4.1. Междусекторно партньорство

Корпоративната социална отговорност изисква трансформирането на цялото общество. Целевите групи в това отношение са не само представителите на бизнеса, но и представителите на държавни органи, гражданското общество, междуправителствени организации, образователни институции и др. Успешното междусекторно партньорство изисква нов начин на мислене, иновативни подходи и практически промени във всички целеви групи. Ролите на целевите групи при партньорството с бизнеса са следните:

- Неправителствените организации осъществяват посредническа роля между държавата и бизнеса като предлагат необходими услуги;
- Бизнес асоциациите извършват информационно осигуряване на своите членове, обмяна на добри практики, организиране на образователни мероприятия, лобиране за законодателни изменения;
- Образователните институции обучават мениджърите и потенциалните бъдещи управители на фирми, като развиват необходими качества за това;
- Експертните организации предоставят технически и други консултации, обучение;
- Средствата за масова информация популяризират идеите за корпоративната социална отговорност и промяната в отношението към частния бизнес, подпомагат формирането на общественото мнение;
- Държавата създава правова и управленска основа, осъществява контрол върху спазването на правните актове.

4.2. Инициативи за КСО

4.2.1. Основни играчи и техните функции
Основните „играчи“ за КСО в България са частният бизнес, правителството и неправителствените организации.

Частният бизнес е движещата сила за провеждането на политиката и практиката на корпоративната социална отговорност в страната. Бизнесът е:

- Лидер и основна движеща сила;
- Инициира диалог с правителството и обществеността за идентифициране на социалните нужди;
- Оказва натиск върху правителството за по-добро регулиране на бизнес средата.

Правителството от друга страна е равнопоставен партньор, която създава нормативната среда, съдейства чрез програмите за социално включване и преквалификация, като „най-голям бизнес“ служи за пример.

Неправителствените организации са посредници между заинтересованите страни и осъществяват обществения контрол по спазване на ангажиментите във връзка с КСО.

Принципите и добрите практики в България основно се въвеждат от големите международни компании. Те внасят в бизнес отношенията нова култура, която е част и от КСО. Затова осигуряването на благоприятна инвестиционна среда за чуждестранния капитал е водещ инструмент за разпространяването на КСО.

4.2.2. Примери от българската практика
Инвестиции на българския бизнес:

- Ежегодно нарастват инвестициите на българския бизнес в материални и нематериални активи. Средно 20% от БВП се използват за инвестиции.
- Инвестициите в технологии, иновации, нови продукти, сертифициране с цел повишаване на ефективността на производството са едва 0.3% от БВП или 1/10 от поставената цел за 3% от БВП.
- Увеличават се инвестициите в квалификация и преквалификация на персонала, и в здравословни и безопасни условия на труд. Само в химическата промишленост са необходими инвестиции в размер на 4 млрд.евро за постигане и изпълнение на необходимите ангажименти по въвеждане на здравословни и безопасни условия на труд;
- Средногодишно в „зелени” инвестиции за подобряване на околната среда се влагат 300 млн.евро, въпреки че за достигане на стандартите на ЕС в това отношение е необходимо да се правят средногодишни инвестиции от 900 млн.евро.

Българската мрежа на Глобалния договор (Източник: „Програмата на ООН за развитие” в България.) е неформално сдружение на компании, неправителствени организации и академични институции, които споделят принципите на Глобален договор и прилагат социално отговорни практики; стремят се да обменят опит, лобират и инициират диалог или партньорства с други лица, като правителството, местните власти, работодателските организации, организациите на гражданското общество и академичните институции.

Въвеждане на международни стандарти. Към началото на месец септември 2227 български компании са сертифицирани според ISO 9001; ISO 9002; ISO 14000; ISO 14001, което е значително по-малко от броя на фирмите, сертифицирани в Чехия, Словакия или дори Румъния. Едва 54 фирми са сертифицирани по стандарта OHSAS 18000 за управление на здравословните и безопасни условия на труд. По HACCP са сертифицирани 81 фирми.

Въвеждане на стандарта SA 8000 (социална отговорност). Засега само една фирма (TNT България) е сертифицирана по този стандарт. Инициативата е била на ръководството на компанията, мотивирано от необходимостта да бъде конкурентоспособна, да поддържа добри търговски отношения и да развива стопанска дейност с компании от САЩ. Международните компании изискват от своите доставчици и партньори да спазват тяхната политика за КСО или техния Кодекс на поведение.

Представители на неправителствени и бизнес асоциации са включени в работните групи по разработване на стандарт за социална отговорност на Международната организация по стандартите (ISO).

Неправителствените организации и техните центрове за професионално и квалификационно обучение подпомагат бизнеса при поддържане и развиването нивото от компетентност на персонала, поради „стареенето” на знанията, както и при целевата подготовка на квалифициран персонал. Освен това провеждат обучения и предават информацията за добрите практики по здравословни и безопасни условия на труд.

Бизнес асоциациите извършват обучение на своите членове и проучвания за нуждите им в областта на корпоративната социална отговорност. Например, последното проучване на БСК през 2005 г. сред висшия ръководен персонал на български предприятия, показва, че:

- 65% от ръководителите считат, че социалната дейност подпомага повишаването на положителния имидж и репутация на компаниите;
- 27% считат, че позволява да създадат взаимноизгодни отношения с местните власти;
- 25% от ръководителите оказват социална подкрепа на организации и хора, към които изпитват лични симпатии;
- 14% считат, че социалната дейност позволява да се подобри взаимодействието с целевите аудитории;
- 16% считат, че КСО позволява да се формира благоприятно обществено мнение;
- В 68% от случаите директорите на фирмите се ориентират според социалния резонанс в общественото съзнание и оказват социална подкрепа на деца, пенсионери и за спорта (63%).

Въпреки това, според данните от изследването, фирмите не винаги се ориентират към социалния ефект от благотворителните кампании:

- В 35% от случаите изборът на обект на подкрепа зависи от личните предпочитания на ръководството;
- В 25% от случаите оказването на подкрепа зависи от личното познанство на ръководителя с получателите на помощта, и
- В 27% от случаите изборът на обект за подкрепа зависи от това дали съответната акция ще може да бъде отразена от средствата за масово осведомяване.

Въпреки проявяващите се тенденции към унифициране и стандартизиране на оценките за постигането на целите, поставени от компаниите в дейността им като корпоративни граждани, КСО може да бъде ефективна само тогава, когато е доброволна. Бизнесът трябва сам да избира мярката и насоката на своята социална дейност, самостоятелно да определя приоритетите и да търси баланс между своите интереси и интересите на обществото.